

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman F,R, Altje L,T, Jopiem J,R, 2016. Analisis Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap keputusan pembelian Kartu Telkomsel 4G di Manado (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Sam Ratulangi). *jurnal EMBA*, ISSN, Vol, 4 NO, 4 Halaman 1209-1219.
- Adhitama S dan Cut Irna S, 2016, Product Attributes And Price On Purchase Decision On Xiomi Smartphone. *Trikonomika* Vol 15, No 1, ISSN 2355-7737.
- Ainur Rofiq, dkk, 2009, Peranan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Industri Telepon Seluler. *The³ National Conference on Management Research Bandung*. ISSN 2086—390.
- Andi Wiliyan P. 2017. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Study Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fisipol Universitas Mulawarman Samarinda). *eJournal Administrasi Bisnis* 5(3) : 743-745 ISSN 2355-5408.
- Ariyani, Hendi, 2010. Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen atas Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua di Kota Padang, *Jurnal Manajemen UNP*, Vol 2, No.1, Hal 1-11.
- Cindy M A, Suharyono dan Edy Y. 2016. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Oppo Smartphone di Couunter Handphone Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 36, No 1.
- Desy Irana dan Rahmat Hidayat, 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No. 1, pp. 15-24, ISSN 2355-1488.
- Durianto. 2207. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas & Perilaku Merek* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Edi Cahyono, 2018. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA*- Vol V, No 1, ISSN 2252-5483.
- Duwi, Amanullah, 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Wingko Babat “Nn Meniko”. Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadi Alyasa dan Kusnilawati, 2012. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek (Motor Kawasaki Ninja). *Jurnal Mahasiswa Q-MAN*, Volume 1, No, 3, Mei 2012, halaman 1-14.

- Hajar K, Mursiha dan Enny I, 2017. Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Surabaya. *Jurnal Manajemen Branchmark* Vol 3 Issue 3,2017.
- Heni S, Maskuri S dan Benyamin P, 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Pada Mahasiswa Universitas Alkhairaat Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, Vol 3, No, ISSN 2443-357.
- Hermawan, Agus, 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Erlangga.
- Hersona, S.G.W., Muslihat, A., DAN Setyawan, T, 2013, Analisis Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Lembaga Pendidikan Speaking Karawang. *Jurnal Manajemen*, Vol.10. No. 3.
- Ibrahim Saleh A K dan DR. Maria A R, 2018. Influence Dimensions of Brand Equity on Purchase Intention Toward Smartphone in Malaysia. *VFAST Transactions on Education and Social Science*, Vol 15 No 1.
- Juli N, Sifrid S P dan Maria V J T, 2016. The Influence Of Brand Image , Perceived Quality And Country Of Origin Toward Consumer Purchase Decision Of Smartphone Product In Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* Vol 1.6, No 03.
- Kartajaya, Hermawan.2010.**Brand Operation**.Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____.2014.*Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, jilid 1,. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad Amir A dan Sameen Nasir A, 2016.The Impact Brand Equity On Consumer Purchase Decision Of Cell Phone. *European Journal of Business and Innovation Research*, Vol 4, No 4, ISSN 2053-4027.
- Rangkuti, Freddy, 2004.*The Power of Brands*.Teknik mengelola *Brand Equity* Dan Strategi Pengembangan Merek. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, Terence A. 2014, **Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi**. Jakarta Selatan. Penerbit: Salemba Empat.
- Sistaningrum, Widyaningtyas, 2012. *Manajemen Penjualan Produk*, penerbit Kanisius, Yogyakarta.

- Siti Nurhayati, 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *JBMA*- Vol IV, No 2 ISSN 2252-5483
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV.Alfabeta.
- Supranto, J. 2009. *Statistik Teori dan Aplikasi*. cet. VII. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Penerbit : Buku Seru.
- Suri Amilia, M, Oloan Asmara Nst, 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Xioami di kota Langsa. *Jurnal manajemen dan Keuangan*, Vol 6, No 1.
- Syauqi K A, Andriani K, dan Brillyanes S. 2018. The Influence Of Brand Awareness And Product Attribute Toward Purchase Decision (Study On The Undergraduate Students Of Administrative Science Faculty Of 2014nbatch As Samsung Smartphone Consumers And Users Customer).*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol 55, No 1.
- Tjiptono, 2015, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI, Yogyakarta.
- Verra Issani, 2010. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian, Kepuasan Pembelian, dan Loyalitas Pembelian. *Jurnal Manajemen*, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Vika Yulia S, Dessyta G dan Sumarni. 2017. Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hndphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat).*Economica, Journal of Economic Education*. Vol 5 No 2, ISSN 2302-1590.
- Wulansari, Anette, 2013 Pengaruh *Brand Trust* dan *Perceived Quality* terhadap Keputusan Pembelian Ulang, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 1 Nomor 2, 2 maret, p.388-401.
- Yaseen, N., Tahira, M., Gulzar, A & Anwar, A. 2011. Impact of Brand Awareness, Perceived Quality, and Customer Loyalty on Brand Profitability and Purchase Intention: A Reseller's View. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 3, No. 8.
- Yitzhak A.L, Willem J.F Alfa T dan Djurwati S. 2015. Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado).*Jurnal EMBA*, Vol, 3 No 3, Hal 99-108, ISSN 2303-11.

Yusuf Kurniawan 2010, *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Minuman Isotonik Fatigon Hydro di Purwokerto)*, Skripsi Fakultas Ekonomi Universita Diponegoro, Semarang.

....., 2018, Buku Pedoman Penyusunan Skripsi, Kudus: FEB UMK

<http://umk.ac.id/profil-umk/sejarah-umk> (diakses 9 juli 2019)

